

**DAMPAK HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi kasus pada pelanggan dealer Yamaha *genuine* di Lowokwaru Kota Malang)

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Fauzan

21601081156



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dampak harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dealer Yamaha *genuine* Lowokwaru Kota Malang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel 55 responden. Hasil menunjukkan bahwa harga berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Metode analisis data menggunakan Regresi linier berganda.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the impact of price and service quality on customer satisfaction of Yamaha Genuine Lowokwaru dealers in Malang City. The sampling method used was purposive sampling with a sample size of 55 respondents. The results show that price has a negative impact on customer satisfaction, while service quality has a positive impact on customer satisfaction. Methods of data analysis using multiple linear regression.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Era globalisasi, kebutuhan manusia akan mobilitas dari tempat satu ke tempat yang lain semakin meningkat. Sehingga secara otomatis akan meningkatkan alat transportasi terutama alat transportasi yang memiliki efektivitas dan efisiensi. Hal ini merupakan peluang bagi para pelaku bisnis seperti transportasi kendaraan sepeda motor. Para produsen sepeda motor biasanya menawarkan produk terbaik dan sesuai dengan selera konsumen sehingga diharapkan dapat menciptakan suatu kepuasan bagi konsumen.

Makin kompleks dan pesatnya persaingan yang dihadapi oleh pembisnis menyebabkan banyak perusahaan mencari solusi yang menggantungkan pada cirri khusus yang dapat membedakan diri dengan yang lain. Perusahaan dituntut untuk dapat melihat berbagai kesempatan yang ada dan mencari strategi atau cara-cara untuk memberikan kepuasan konsumen atau pelanggan dan mempertahankannya, sebagai contoh perusahaan harus mampu memberikan produk dengan mutu baik, harga terjangkau, fasilitas lengkap di mata konsumen. Apabila seorang konsumen menjadi konsumen loyal karena kepuasannya terpenuhi, maka konsumen tersebut tidak akan beralih ke produk atau jasa perusahaan lain yang sejenis.

Yamaha sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia telah menyadari beratnya persaingan di industri ini. Yamaha senantiasa

berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Yamaha menawarkan berbagai varian harga sepeda motor yang dibuat dan di desain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk membedakan dengan produk pesaing dan demi mendapatkan nilai lebih di mata konsumen Yamaha juga selalu memberika inovasi-inovasi baru pada setiap produknya.

Misalnya Yamaha vixion, motor sport yang menggunakan mesin injeksi. Selain konsumsi bahan bakar yang lebih irit Yamaha vixion juga menampilkan *body* yang *sporty* dan desain yang menawan. Ada juga Yamaha mio, sepeda motor yang berjenis skuter mytic. Stategi Yamaha untuk melawan Honda atau produk lain adalah memanfaatkan kelengahan. Yamaha memutuskan untuk tidak bersaing secara frontal dengan Honda yang menguasai pasar, tapi dengan mempelajari kekuatan dan kelemahan diri sendiri dan pesaing, melakukan inovasi dan menyerang celah pasar yang tidak dijaga.

Selain itu, Yamaha juga bermain pada pasar 100-155cc dengan mengusung NMAX dimana sebelumnya Honda tidak terlalu fokus pada pasar ini yang terlihat dari Honda yang lebih gencar mengeluarkan motor berkapasitas 125cc, selain itu Yamaha juga bermain di sektor sparepart motor dan asesoris sepeda motor, dimana menjadi trend yang terus meningkat karena tingginya permintaan pasar, disamping itu Yamaha juga memberikan pelayanan prima (*excellent service*) bagi konsumen, pelayanan prima adalah pelayanan (*service*) yang

berorientasi pada kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas adalah seseorang yang merasa mendapat *value* dari produsen.

Berbagai macam upaya yang dilakukan pihak dealer Yamaha untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen merasa puas, antaranya dengan memberikan harga yang terjangkau, Karna setiap harga yang di tetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan pada produk berbeda. Biasanya permintaan dan harga berbanding balik, yakni semakin tinggi harga, maka semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, maka semakin tinggi permintaan terhadap produk (Kotler, 2016).

Oleh karena itu Yamaha memandang penetapan harga yang tepat perlu dapat perhatian yang besar. Oleh hakikatnya harga di tentukan oleh biaya produk. Jika harga yang di tetapkan oleh perusahaan yang tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut (Swastha dan Irwan 2014:246). Bila konsumen bersedia menerima harga tersebut maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut sesuai dengan nilai, manfaat, dan kualitas produk. Dalam hal ini Yamaha menggunakan strategi dengan menetapkan harga terjangkau, bersaing dengan merek lain serta sesuai dengan kualitasnya.

Harga yang ditawarkan disesuaikan dengan kualitas produk dan bisa terjangkau oleh masyarakat. Yamaha juga menawarkan harga yang lebih murah

dibanding produk pesaing dengan kualitas yang sama. Selain itu harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand, 2015) Sebagai pelayan terhadap kebutuhan masyarakat, pihak dealer Yamaha dituntut untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Menurut Kotler (2016:119) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Sedangkan menurut Tjiptono (2015:157) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangibile* yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber jasa, fisik atau barang, dan sistem penyediaan jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Karna itu, pihak dealer Yamaha perlu memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, dengan pelayanan yang demikian maka diharapkan konsumen terhadap pelayanan suatu jasa dapat terpenuhi atau bahkan melebihi harapannya, sehingga menimbulkan kepuasan dalam diri konsumen,

Dari seluruh kegiatan oleh sebuah perusahaan (Yamaha), pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan di berikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan (Lopiyoadi, 2016). Namun apabila pelanggan tidak merasa puas, maka sangat mungkin pelanggan akan pindah ke dealer yang lain. Selain itu

pelanggan atau konsumen akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain yang justru dapat menimbulkan citra buruk di mata pelanggan atau konsumen.

Pelanggan atau konsumen secara definisi adalah setiap orang memakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak mudah diperdagangkan. Konsumen telah menjadi pusat perhatian pemasar, karena konsumen lah yang memutuskan bahwa ia akan membeli produk tertentu atau tidak. Berdasarkan UU perlindungan konsumen no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen republik indonesia menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminasi, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagai mestinya, dan sebagainya oleh karena itu pemasar wajib memahami konsumen, mengetahui apa saja yang dibutuhkannya, apa serelanya, bagaimana konsumen mengambil keputusan serta kepuasan seperti apa yang dibutuhkan konsumen.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“dampak harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada pelanggan dealer Yamaha *genuine* di Lowokwaru Kota Malang)”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak secara simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dealer Yamaha *genuine* di lowokwaru kota malang ?
2. Bagaimana dampak secara parsial Harga terhadap kepuasan pelanggan dealer Yamaha *genuine* di lowokwaru kota malang ?
3. Bagaimana dampak secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dealer Yamaha *genuine* di lowokwaru kota malang ?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui dampak harga terhadap kepuasan pelanggan dealer Yamaha *genuine* di lowokwaru kota malang ?
2. Untuk mengetahui dampak secara simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dealer Yamaha *genuine* di lowokwaru kota malang ?
3. Untuk mengetahui dampak Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dealer Yamaha *genuine* di lowokwaru kota malang ?

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi proses menentukan minatbelisepeda motor Yamaha.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui seberapa besar kemungkinan minat beli konsumen terhadap sepeda motor Yamaha serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam penawaran dan pemasaran produknya.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang berminat dalam bidang pemasaran.
- b. Dari hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik simpulan sbb:

1. Harga dan kualitas pelayanan, secara simultan berdampak terhadap kepuasan pelanggan Yamaha *genuine* di Lowokwaru Kota Malang.
2. Harga berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan Yamaha *genuine* di Lowokwaru Kota Malang. Dengan kata lain bahwa jika pihak dealer Yamaha menaikkan harga, maka hal ini akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang menurun.
3. Kualitas Pelayanan berdampak terhadap kepuasan pelanggan Yamaha *genuine* di Lowokwaru Kota Malang. Dengan kata lain bahwa jika pihak dealer Yamaha meningkatkan kualitas pelayanan, maka hal ini akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang meningkat.

4.2 Keterbatasan

1. Pengamatan ini hanya dilakukan terhadap konsumen dealer Yamaha *genuine* dengan hanya menggunakan dua variabel X harga dan kualitas pelayanan dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan.
2. Sampel yang digunakan hanya berjumlah 55 responden.

4.3 Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variable-variabel lainnya seperti promosi, place dan strategi marketing lainnya yang dapat mempengaruhi.
2. Pihak dealer diharapkan memperhatikan kualitas pelayanannya dengan rata-rata jawaban responden lebih kecil dari harga khususnya indikator yang berkaitan dengan daya tanggap karyawan atau *responsive*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto, Elvinaro. 2014. *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations. Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2015. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Basir, M., Modding, B., Kamase, J., & Hasan, S. (2015). Effect of service quality, orientation services and pricing on loyalty and customer satisfaction in marine transportation services. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 4(6), 1±6
- Bungin, Burhan. 2014. *Peenelitian Kuanlitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Dauda, S. Y., & Lee, J. (2016). Quality of service and customer satisfaction: a conjoint analysis for the Nigerian bank customers. *International Journal of Bank Marketing*, 34(6), 841±867.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Ferdinand, Augusty. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati. 2012. *Dasar-dasar ekonometrika*. Buku Kedua. Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, (16th Edition), New Jersey: Prentice Hall Published.
- Lupiyoadi, 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Pamungkas, A. S. (2015). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL RESMI YAMAHA MATARAM SAKTI LUMAJANG* (Doctoral dissertation, STIE Widya Gama Lumajang).

- Priyono, Achmad A, (2015). *Analisis Data Dengan SPSS*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Santoso, Singgih. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Setyo W. F. (2019). Analisis pengaruh e-service quality dan perceived service value terhadap kepuasan pelanggan tokopedia. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 148-166.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistia, N. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga service terhadap kepuasan pelanggan bengkel di dealer resmi yamaha CV. Sumber Mulia Motor Kota Blitar (*Doctoral dissertation*, STIE Kesuma Negara Blitar).
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Supranto. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga
- Setiawan, P. Y. B., Fudholi, A., & Satibi, S. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan Loyalitas pelanggan produk. *JURNAL MANAJEMEN DAN PELAYANAN FARMASI (Journal of Management and Pharmacy Practice)*, 6(2), 115-124.
- Swastha, Basu & Irwan. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua Yogyakarta. *Liberty Offset*.
- Triaguna, (2015) *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen (studi pada dealer yamaha mataram sakti cabang pedurungan semarang)*, universitas islam sultan agung fakultas ekonomi semarang.
- Wijaya, (2018) analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk Dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan sepeda Motor sport yamaha yzf-r25 di kota cilgon. *Journal Industrial Services*, Universitas Banten Jaya.
- Yuen, K. F., & Thai, V. Van. (2015). Service quality and customer satisfaction in liner shipping. *International Journal of Quality and Service*.

